

Visie Detailhandelsstructuur gemeente Hardenberg

Vastgesteld door stuurgroep 23 september 2002

Arnhem, oktober 2002

Visie Detailhandelsstructuur gemeente Hardenberg

Vastgesteld door stuurgroep 23 september 2002

Uitgebracht aan:
Gemeente Hardenberg

Seinpost Adviesbureau BV
drs. W.F. Nieuwenhuis
drs. D.G. Horst
drs. B.J.M. Hutten

Projectnummer: 22049

© Seinpost Adviesbureau BV. Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enigerlei wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Arnhem, oktober 2002

Inhoudsopgave

1	Inleiding	1
2	Visie: gezonde winkelvoorzieningen	3
2.1	Inleiding	3
2.2	Uitgangspunten	3
2.3	Toekomstgerichte winkelconcentraties	5
2.4	Grootschalige en perifere detailhandel	13

1 Inleiding

De gemeente Hardenberg is na de recente gemeentelijke herindeling één van de grotere gemeenten in Overijssel. De gemeente in haar huidige vorm is ontstaan uit een samenvoeging van de gemeenten Avereest, Gramsbergen en Hardenberg. Kleine en grote kernen en een dertigtal buurtschappen vormen samen een nieuwe gemeente.

Deze herindeling betekent met name bestuurlijk gezien een verandering. Hierdoor ontstond de behoefte om diverse beleidsterreinen opnieuw te bezien, in het licht van de nieuwe bestuurlijke constellatie. Dit geldt onder andere voor het detailhandelsbeleid. Er is een grote verscheidenheid in structuur en ontwikkelingen tussen de diverse kernen, waardoor er behoefte is aan een overkoepelende structuurvisie voor detailhandel op het niveau van de gehele gemeente.

Een gemeentelijke herindeling is echter zeker niet de enige reden om een detailhandelsstructuurvisie op te stellen. Detailhandel, maar ook aanhakende sectoren als horeca en toerisme, worden gekenmerkt door een grote dynamiek en een lastig te beïnvloeden vestigingspatroon en kwaliteitsniveau. Deze dynamiek wordt niet in de laatste plaats bepaald door de consument, die zich niet laat sturen door gemeentelijke grenzen op een kaart. Voor de consument tellen aanbod, kwaliteit, bereikbaarheid, sfeer, et cetera.

De invloed van gemeentelijk beleid op de kracht van het detailhandelsaanbod moet echter ook niet uitgevlakt worden. Zeker niet als dat beleid wordt gevoerd op basis van een visie die tot stand is gekomen samen met de ondernemers. Een visie die sturing geeft en tegelijk recht doet aan marktwerking en ondernemersinitiatieven. De detailhandelsstructuurvisie voor de gemeente Hardenberg moet tot stand komen in zo'n gezamenlijk proces van overheid en markt.

De detailhandelsstructuurvisie moet antwoord geven op de volgende centrale vraag: *“Hoe kan het economische voorzieningenniveau in de diverse kernen binnen de gemeente Hardenberg zodanig worden versterkt, dat de consument in een hoogwaardig, aantrekkelijk en leefbaar winkelgebied zijn aankopen kan doen?”*

Onderliggend rapport is de kern van de visie. Hieraan gekoppeld is een bijlage met de cijfermatige onderbouwing, de beleidsmatige randvoorwaarden en de bevindingen uit het veldwerk. Uitwerking van de visie naar programma en projecten zijn de volgende stappen in het proces.

In beide documenten wordt soms gesproken over Hardenberg en soms over de gemeente Hardenberg. In beide gevallen bedoelen we de totale gemeente inclusief alle onderliggende kernen. Indien gesproken wordt over Hardenberg-kern bedoelen we specifiek de kern zelf.

2 Visie: gezonde winkelvoorzieningen

2.1 Inleiding

De bijlage “achtergrondinformatie” biedt een beeld van de gemeente Hardenberg op geografisch, demografisch en economisch terrein. Daarnaast is op basis van de gevoerde gesprekken hierin een beeld geschetst van de diverse ontwikkelingen, knelpunten en ambities per kern.

In dit hoofdstuk bieden wij, op basis van deze informatie en rekening houdend met actuele trends en ontwikkelingen, een visie op de gewenste winkelstructuur in de gemeente Hardenberg. Uitgangspunt daarbij is dat er een gezonde winkelstructuur moet ontstaan, op basis waarvan de consument de komende jaren op een goede manier wordt bediend. Wij houden daarbij rekening met de aard en schaal van de diverse kernen.

Het bepalen van wat wel en niet mogelijk is of zou moeten is niet puur theoretisch (lees: modelmatig, cijfermatig) te benaderen. Immers ook aspecten als cultuur, historische ontwikkeling, geografische spreiding en ‘toevalligheden’ hebben de huidige structuur gevormd en zullen ook in de toekomst een rol spelen. De visie is daarom gestoeld op zowel kengetallen als lokale bepalende factoren.

2.2 Uitgangspunten

Gezonde winkelvoorzieningen

Door de huidige trends in koopgedrag staan veel winkels onder druk. De meeste supermarktformules streven naar schaalvergroting, zodat een breed pakket aan producten kan worden aangeboden in een ruim opgezette winkelomgeving. Het marktaandeel van de versspecialisten (slager, bakker, groenteboer) neemt af ten gunste van deze supermarkten. De consument wil efficiënt kopen en is steeds minder bereid lange afstanden te reizen voor de dagelijkse aankopen. Daarnaast wenst de consument een sterke concentratie van deze dagelijkse winkels, waarbij gemak, keuze en kwaliteit voorop staan.

Zeer recent is, min of meer tegen deze trend in, bekend geworden dat supermarktformule “Spar” zich weer meer wil richten op de kleinschalige buurtsupers. Voor deze kleine supermarkt hebben zij een draagvlak nodig van minimaal 1.000 inwoners, met als ideaal tussen de 2.000 en 4.000 inwoners. Deze supermarkt tracht

zich aan te passen aan de lokale wensen, is veelzijdig en biedt ruimte voor aanvullende diensten zoals postagentschap, stomerij e.d. (zie ook bijgevoegde krantenartikelen). Men zoekt hiervoor vaak een lokale ondernemer. Dit zou aanknopingspunten kunnen bieden voor de kleinste kernen.

Een ander aspect dat een rol speelt is het verschil tussen 'kopen' en 'winkelen'. Kopen staat voor het doelgericht en efficiënt aankopen van producten en een korte verblijfsduur, waarbij veelal voordat men van huis gaat al een keuze is gemaakt. Winkelen daarentegen is meer recreatief en richt zich op impulsaankopen, vergelijkend winkelen, sfeer en gezelligheid en een langere verblijfsduur. Dit verschil in winkelgedrag vraagt om verschillende winkelgebieden.

Mede op basis van deze trends moet er een keuze gemaakt worden voor versterking van levensvatbare winkelconcentraties. Om deze reden zullen bepaalde (kleinschalige / solistische) winkelvoorzieningen, die niet aan de eisen van deze tijd voldoen, verdwijnen. In deze gebieden moet uitbreiding van het aantal winkels niet worden aangemoedigd. Inspeland op marktwerking en consumentengedrag dient een toekomstgericht winkelapparaat te worden gestimuleerd. Ook het type winkelgebied (kopen vs. winkelen) dient daarbij een rol te spelen. Hiervoor moeten dus keuzes gemaakt worden; niet alles kan, niet alles moet.

Naar aard en schaal

De omvang en verzorgingsfunctie van kernen bepalen in hoge mate het draagvlak voor winkelvoorzieningen. Winkels hebben een bepaalde 'kritische massa' aan consumenten nodig om gezond te kunnen functioneren. Binnen Hardenberg is dit effect, vooral in de kleinste dorpen, duidelijk zichtbaar. Ook cijfermatig is dit te onderbouwen, zoals mag blijken uit de bijlage "achtergrondinformatie". We hebben echter tevens te maken met lokale omstandigheden, zoals historisch gegroeide spreiding van winkelconcentraties, klantentrouw (vanuit een bepaalde 'gemeenschapszin' of een relatie die gegroeid is tussen winkelier en consument), individuele kwaliteit van de ondernemer en ruimtelijke kwaliteit (bijvoorbeeld een historisch waardevolle omgeving). Ook deze aspecten worden in de visie meegenomen.

Leefbaarheid

Consumentengedrag, trends, marktwerking en levensvatbare winkels. Dat klinkt rigoureuus. Hoe zit het dan met de kleine dorpen - waarvan er veel zijn in de gemeente Hardenberg - waar deze uitgangspunten niet opgaan? Met deze vraag raken we de kern van het thema leefbaarheid. We zullen in de detailhandelsvisie voortdurend de grens moeten opzoeken van realiteit, gestoeld op nuchtere en harde uitgangspunten, en een

redelijkerwijs te accepteren minimumpakket. Die grens wordt bepaald door de kleinschaligheid en eigenheid van het gebied. Tevens zal voor iedereen deze ondergrens ook anders getrokken worden (afhankelijk van mobiliteit, gewenning, etc.). Wij kunnen daar als onderzoekers geen eensluidend antwoord op geven. De discussie zal gedurende het traject van totstandkoming van de visie nog wel vaker oplaaien. Uiteindelijk streven we naar een passende plek voor deze dorpen in de detailhandelsvisie.

2.3 Toekomstgerichte winkelconcentraties

Beperkt lokale verzorgingsfunctie: individuele winkels in de kleinste kernen (Lutten, De Krim, Sibculo, Kloosterhaar, Bruchterveld en Mariënberg¹)

Gelet op een bepaalde kritische massa die nodig is om winkels rendabel te laten zijn, is het in de kleinste kernen niet mogelijk een volledig winkelapparaat te handhaven of te stimuleren. Het huidige aanbod in kernen als Sibculo, Kloosterhaar en Lutten is hier een duidelijk voorbeeld van. De aanwezige winkels in het dagelijkse segment richten zich op de lokale bevolking en moeten het in hoge mate hebben van het individuele ondernemerschap. Men kent de klant en weet wat die klant wenst, er is sprake van een vergaande service en de ondernemer gaat creatief om met de beperkingen van het opereren in een klein dorp. Daarnaast speelt het veelal lagere kostenniveau een grote rol; het winkelpand is vaak al lange tijd eigendom, familieleden werken mee in de zaak, etc. Ook sociale aspecten als klantentrouw, binding en ontmoetingsplek vormen een draagvlak voor deze winkels, zij het broos. Ook in deze kernen kiest de consument steeds vaker voor een breed aanbod en efficiënt aankopen.

De niet-dagelijkse winkels (zoals een kledingzaak of fietsenzaak) kennen in deze kernen een puur individuele ontwikkeling: historisch gegroeid, spontaan ontstaan of uit hobbyïsme. Ze zijn vaak gericht op een verzorgingsgebied dat de kern ver overstijgt. De kern vormt slechts een klein deel van het draagvlak. Van een gezamenlijke trekkracht en het profiteren van elkaars nabijheid is niet of nauwelijks sprake.

¹ De kernen Sibculo, Kloosterhaar, Bruchterveld en Mariënberg zijn middels een quickscan meegenomen in deze visie. Uit dit globale onderzoek is gebleken dat het aanbod van winkels en omvang (draagvlak) van deze kernen vergelijkbaar met of kleiner is dan de kernen Lutten en De Krim. Mede op grond hiervan worden deze vier kernen in de categorie "kleinste kernen" ingeschaald.

Toekomst

Gelet op het geringe draagvlak, de positie van omliggende grotere centra, de afnemende sociale binding en de sterk individueel bepaalde ondernemersomstandigheden (kosten, opvolging) is de toekomst van deze voorzieningen uiterst onzeker. Men kan er vanuit gaan dat het aantal winkels niet zal toenemen; een verdergaande achteruitgang ligt meer voor de hand. De ambitie moet dan ook zijn het minimale te behouden, wat veelal neerkomt op een kleine supermarkt (met als eventuele kans de nieuwe Spar-formule), eventueel aangevuld met een gering aantal specialisten in het dagelijkse segment. Het samenvoegen van bepaalde winkels behoort tot de mogelijkheid. Groei moet beleidsmatig niet gestimuleerd worden; van een gezond draagvlak is immers geen sprake. Vanuit het oogpunt leefbaarheid kan er voor worden gekozen de zittende winkeliers in hun eigen ontwikkeling en initiatieven tegemoet te komen. Tegemoet komen kan inhouden 'niet tegenwerken' (denk bijvoorbeeld aan het vent- en standplaatsenbeleid), maar kan ook betekenen faciliteren en financieel ondersteunen (subsidie) van de laatste winkel. Bestuurlijk gezien moet een heldere discussie gevoerd worden over het vraagstuk 'hoe gaan we om met de laatste winkel?'.

Lokale verzorgingsfunctie: concentratie van dagelijks winkelaanbod in de kleine kernen (Gramsbergen, Balkbrug, Slagharen en Bergentheim²)

De gemeente Hardenberg heeft enkele kernen met een omvang dat voldoende draagvlak biedt voor een basispakket aan dagelijkse winkels. Onder een *basispakket* verstaan wij een fullservice supermarkt (waarbij wij dus niet denken aan discount vanwege het vaak grote verzorgingsgebied van dit soort supermarkten³) aangevuld met enkele specialisten zoals een slager, bakker, drogist, bloemist en slijter (een groentezaak is twijfelachtig, gezien de trend van de afgelopen jaren). Winkels die zich richten op de dagelijkse aankopen van de eigen bevolking. Ze profiteren van elkaars nabijheid en hebben een gezamenlijke trekkracht. Daarnaast kan een beperkt aantal niet-dagelijkse winkels aanwezig zijn. Deze moeten het echter vooral hebben van hun individuele aantrekkingskracht en bedienen een lokaaloverstijgend verzorgingsgebied. Wanneer gekeken wordt naar de omstandigheden van deze kernen (ligging, uitstraling) lijkt men te kunnen profiteren van de toeristische sector. Dit gebeurt nu nog te weinig. De vele toeristen in dit gebied kunnen een waardevolle aanvulling op het draagvlak vormen.

² Uit de klantenherkomstcijfers van de supermarkt in Bergentheim is gebleken dat Bergentheimerveen en Oud-Bergentheim gerekend kunnen worden tot het primaire verzorgingsgebied van Bergentheim.

³ Discountsupermarkten (Zoals Aldi en Lidl) richten zich door serviceniveau, assortiment en prijs, op een verzorgingsgebied van minimaal 10.000 – 15.000 inwoners. Deze ondergrens is aan het verschuiven naar beneden. Een omvang van 4-5.000 inwoners als primair draagvlak is echter onvoldoende, waardoor veel toevloeiing nodig zou zijn; dit is, gelet op de verzorgingsfunctie van dit soort kernen in Hardenberg, niet gewenst.

Toekomst

Er moet een basispakket dagelijkse winkels mogelijk zijn. De ambitie ligt tussen 'het fungeren als steunpunt' en 'aankoopplaats voor de grote wekelijkse boodschap', waarbij de geschetste trends de optie steunpunt steeds aannemelijker maken. Let wel, een steunpunt is meer dan een paar winkels voor 'de vergeten boodschap'. Mits compleet, moet een groei van het aantal dagelijkse winkels niet gestimuleerd worden. Verdringing is vanwege het broze draagvlak onwenselijk. Concurrentie door het vestigen van meer dan één winkel in dezelfde branche moet niet de drijfveer voor een ondernemer zijn om een goede winkel neer te zetten. De drijfveer moet zitten in het gezamenlijk streven naar een goed en volledig pakket voor de eigen inwoners. Tevens moet men proberen de toeristische kansen (verder) te benutten.

Bergentheim krijgt, gelet op het primaire draagvlak van meer dan 3.000 inwoners het voordeel van de twijfel. Wel merken wij daarbij op dat het individuele ondernemerschap en de gezamenlijk trekkracht van een hoog niveau moeten zijn om deze rol als kleine kern waar te kunnen maken. Wellicht liggen er voor deze kern kansen in het zuidelijke gedeelte van de gemeente, mits dit ook beleidsmatig wordt toegestaan. In het intergemeentelijk structuurplan van 1985 is deze rol reeds als zodanig vastgelegd.

Randvoorwaarden

Om een basispakket dagelijkse winkels mogelijk te maken is een gezamenlijke trekkracht door concentratie van deze winkels gewenst. Ook zaken als efficiency en gemak moeten in het winkelgebied op orde zijn; ontsluiting, parkeren en ruimtelijke kwaliteit moeten van een goed niveau zijn. Daarnaast moet het investeringsgedrag van de winkeliers actief zijn zodat kwaliteit en uitstraling van de winkels aansluiten bij de wensen van de consument, die het alternatief immers 'om de hoek' hebben. Om deze reden moeten ook de kwaliteit en service van deze winkels gewaarborgd zijn. Samenwerking op het gebied van promotie verdient aanbeveling.

Hardenberg-kern en Dedemsvaart

De gemeente Hardenberg is zeer uitgestrekt met een grote spreiding van kernen. Wanneer gekeken wordt naar de huidige winkelconcentraties, de koopstromen, de ligging en het draagvlak, dan lijken er twee min of meer zelfstandig functionerende gebieden te zijn: Dedemsvaart e.o. en Hardenberg-kern e.o. Beide hebben een stabiele hoge binding en een grote toevloeiing vanuit omliggende kleine kernen. Gelet op deze geografische setting, het bestaande 'krachtveld' en de reeds gedane investeringen is het niet logisch te kiezen voor een vergaande verstoring van deze verdeling. Dit neemt niet weg dat de beide centra verschillen. Dedemsvaart is gericht op de kopende consument, terwijl Hardenberg zowel het kopende als het winkelende publiek bedient.

Dit blijkt ook uit het recent verschenen 'Wensbeeld Dedemsvaart' en het 'Masterplan centrum Hardenberg'. Op basis van de toegekende verzorgingsfunctie (bovenlokaal vs. streekverzorgend) van beide kernen is dit accentverschil voor de hand liggend. De doorgevoerde herinrichting van Dedemsvaart en het Masterplan centrum-Hardenberg doen eveneens recht aan deze verschillen in functie. In deze visie willen wij dit onderscheid handhaven.

Koopcentrum met bovenlokale verzorgingsfunctie: compleet pakket dagelijkse winkels en een smal en doelgericht pakket niet-dagelijkse winkels in de grote kern (Dedemsvaart)

Vanuit haar verzorgingspositie voor de eigen bevolking en de nabijgelegen kernen, heeft Dedemsvaart een redelijk compleet aanbod van dagelijkse winkels opgebouwd. Meerdere supermarkten in verschillende segmenten en een nagenoeg complete groep (vers)specialisten. De omvang van deze winkels sluit nauw aan bij het aanwezige draagvlak. Zowel door de eigen bevolking als de omliggende kernen worden hier de kleine en de grote (wekelijkse) boodschappen gehaald. Daarnaast is een pakket niet-dagelijkse winkels aanwezig, dat er vooral is voor de doelgerichte aankopen. Er is weinig sprake van specialisme (gekoppeld aan een diep assortiment) en de mogelijkheid van vergelijkend winkelen is er nauwelijks. Zowel dit aanbod als de inrichting en ruimtelijke kwaliteit van Dedemsvaart duiden op een 'koopcentrum' waarbij doelgerichtheid, gemak en efficiency voorop staan. Dit wordt ondersteund door daghoreca, zoals lunchrooms en broodjeszaken. Avond en/of nachthoreca is nauwelijks ontwikkeld. Toerisme speelt een ondergeschikte rol en kan gezien worden als kleine aanvulling op het bestaande draagvlak. Vanwege de eerdergeschetste mogelijkheden voor kernen als Balkbrug en Slagharen en de recreatieve winkelfunctie van Hardenberg-centrum raden wij af hier een speerpunt voor Dedemsvaart van te maken.

Toekomst

De grote kern Dedemsvaart lijkt voor de keuze te staan als koopcentrum te blijven functioneren of op te schuiven richting het meer winkelende publiek. Gelet op de huidige functie en omstandigheden en het accentverschil met Hardenberg-centrum, dient gekozen te worden voor handhaving en waar nodig versterking van de functie als 'koopcentrum'⁴. Dedemsvaart zal voor een bovenlokaal verzorgingsgebied een beperkte

⁴ Een koopcentrum onderscheidt zich van een winkelcentrum doordat het publiek hier doelgericht en efficiënt aankopen doet (snel, vooraf al keuze gemaakt, combineren van zowel dagelijks als niet-dagelijks), korte verblijfsduur en gemak. Het winkelgebied is daartoe compact en efficiënt ingericht met voldoende (bij voorkeur gratis) parkeerplaatsen op korte afstand. De branchering op het gebied van de niet-dagelijkse sector is daartoe redelijk compleet, echter niet zozeer breed en diep en weinig specialistisch en/of thematisch.

winkelfunctie kunnen vervullen welke qua branchering en omvang aansluit bij de functie van een koopcentrum.

dagelijks

Het segment dagelijkse winkels moet compleet zijn, waarbij rekening moet worden gehouden met een schaalvergroting van de (bestaande) supermarkten. Dedemsvaart zou een toevoeging op het complete dagelijkse pakket moeten zoeken door toevoeging van specialisten c.q. bijzondere ondernemers in de foodsfeer. Denk hierbij aan delicatessen, banket, wijnhandel, kaas, noten en snoep. Daarbij moet Dedemsvaart nadrukkelijk meegroeien met de marktontwikkelingen en trends. Hierin onderscheidt zij zich van het basispakket dagelijkse winkels in de kleine kernen.

niet-dagelijks

Niet-dagelijkse winkels profiteren van de trekkracht van de dagelijkse winkels en richten zich op doelgericht winkelgedrag. De niet-dagelijkse winkels passen binnen de aanwezige randvoorwaarden zoals de parkeergelegenheid en de ruimtelijke inrichting. Daghoreca, ondersteunend aan de winkels en gericht op een relatief korte verblijfsduur, kan goed ontwikkeld worden.

Randvoorwaarden

Een compact en goed ontsloten winkelgebied. Gemak en comfort binnen een efficiënt ingerichte omgeving. Voldoende parkeerplaatsen, die goed te bereiken zijn en gratis (blauwe zone). Een compleet en breed segment dagelijkse winkels dient blijvend als 'consumentenmagneet' voor het centrum te functioneren; ruimtelijk gezien zullen dagelijks en niet-dagelijks derhalve zo dicht mogelijk bij elkaar moeten zitten. Een zichtbare, intensieve en frequente investeringsinzet van zowel ondernemers, pandeigenaren als gemeente is vereist. Samenwerking op het gebied van promotie en uitstraling (kwaliteit) is gewenst.

Voor een winkelgebied, gericht op winkelend publiek, geldt dat een meer recreatief winkelgedrag wordt uitgelokt. Vergelijken, impulsaankopen, langere verblijfsduur gecombineerd met vermaak en horecabezoek. Hiertoe is het winkelgebied veelal ruimer van opzet en gezellig ingericht. Parkeren kan op een wat grotere afstand en kent vaak een langere duur. Branchering van de niet-dagelijkse sector is compleet, breed en diep en biedt ruimte aan meer specialisme en/of thema's.

Winkelcentrum met streekverzorgende functie: compleet pakket dagelijkse en niet-dagelijkse winkels plus horeca en vermaak (Hardenberg)

Op het gebied van de dagelijkse winkels is een vergaande parallel te trekken met Dedemsvaart: compleet en breed pakket gericht op de dagelijkse én wekelijkse (bulk) aankopen van de eigen bevolking en omliggende kernen. Een zeker evenwicht tussen beide kernen lijkt aanwezig. Het niet-dagelijkse segment echter verschilt van Dedemsvaart omdat er, vanuit het winkelende karakter, ook ruimte is voor speciale winkels zoals bijvoorbeeld een winkel in biologische producten, een wijnproeverij, koffiebranderij, sigarenspecialzaak (food) of lingerie, boetieks, antiek, outdoor (nonfood). Zowel doelgericht winkelgedrag als het recreatieve winkelen (impuls en vergelijken) worden hierdoor bediend.

Door de omvang en kwaliteit van dit niet-dagelijkse aanbod, en daardoor de eigen trekkracht, is het minder noodzakelijk dat dagelijkse en niet-dagelijkse winkels geconcentreerd bij elkaar zitten. Gelet op de gewenste langere verblijfsduur in het niet-dagelijkse (winkel-)gebied en het daarbij horende druktebeeld wordt anders omgegaan met aspecten als ruimtelijke inrichting en parkeren: sfeer en zowel lang- als kortparkeren. De niet-dagelijkse winkels richten zich daarnaast op een beduidend groter verzorgingsgebied dan het dagelijkse segment: hierin komt de streekverzorgende functie duidelijk naar voren. Ook de horeca is anders van omvang en kwaliteit: er is ruimte voor zowel dag- als avondhoreca, gericht op de korte én lange verblijfsduur. Ook de toenemende belangstelling voor vermaak (leisure) kan hiertoe beter uitgebouwd worden.

Toekomst

De streekverzorgende kern Hardenberg heeft voldoende potentie om het winkelhart van de streek te zijn. Het ambitieniveau van Hardenberg-centrum richt zich niet zozeer op het aanwakkeren van de concurrentie met de omliggende kernen, maar veeleer op het vormen van een goed alternatief voor plaatsen als Zwolle, Hoogeveen, Emmen en Almelo. De eigen bevolking wordt daarmee meer gebonden en er ontstaat een intensievere relatie tussen toerisme en detailhandel. Het aanbod aan dagelijkse winkels kan vanzelfsprekend blijvend breed en diep zijn, gericht op het behouden van de huidige verzorgingsfunctie. Ruimte voor schaalvergroting en modernisering is hierbij belangrijk. Het aanbod niet-dagelijkse winkels daarentegen kan uitbreiden, zowel in de breedte als in de diepte, daarmee de recreatieve trekkracht van het centrum verhogend. Ook horeca en leisure kunnen verder ontwikkeld worden. Het winkelgebied ademt hiertoe een gezellige sfeer uit en verleidt tot een langere verblijfsduur.

Randvoorwaarden

Het pakket dagelijkse winkels moet zowel breed als diep blijven, ruimte gevend aan schaalvergroting. Ruimtelijk gezien wordt een concentratie van dit segment nagestreefd. Het pakket niet-dagelijkse winkels zal in aanbod en kwaliteit verder aangevuld moeten worden, binnen een compact winkelgebied. Dag- en avondhoreca en leisure moeten beter ontwikkeld worden. Het verblijfsklimaat van het centrum dient van hoge kwaliteit te zijn. De investeringsinzet van zowel publieke als private partijen moet op een zichtbaar hoog niveau liggen. Daarnaast is een intensieve samenwerking tussen de winkeliers, horeca en recreatieaanbieders (VVV) noodzakelijk, voor promotie, sfeerverhogende activiteiten, gezamenlijke uitstraling en strategische visievorming.

De visie in een notendop			
Type kern	Typering winkels	Toekomst	Randvoorwaarden
<i>Kleinste kernen</i>	Beperkt lokale functie	Minimale behouden	Consolideren, niet stimuleren
<i>Kleine kernen</i>	Lokale functie	Maximale nastreven	Compleet basispakket dagelijkse winkels, concentratie, kwaliteit, service
<i>Grote kern</i>	Bovenlokale functie	Koopcentrum voor deel gemeente	Compleet pakket dagelijkse winkels, doelgerichte niet-dagelijkse winkels, concentratie, gemak, kwaliteit, daghoreca
<i>Streekverzorgende kern</i>	Streekfunctie	Koopcentrum voor deel gemeente + Winkelcentrum voor de streek	Compleet pakket dagelijkse winkels, uitgebreid pakket niet-dagelijkse winkels incl. specialisten, verblijfsklimaat, keuze en kwaliteit, massa, modernisering en schaalvergroting, brede horeca- en leisureaanbod

2.4 Grootschalige en perifere detailhandel

Inleiding

Naast de detailhandel in de diverse winkelcentra, bestaan er ook andere vormen van detailhandel. Deze vormen worden in de regel geplaatst onder de noemer PDV of GDV. Ook de gemeente Hardenberg wordt geconfronteerd met vragen over de realisatie van locaties waar deze vorm van detailhandel gesitueerd kan worden.

In de bijlage gaan wij dieper in op de begrippen PDV en GDV. Hieronder de essentie:

- PDV: Perifere detailhandelsvestiging: winkels die zich buiten de normale begrenzing van een winkelcentrum bevinden. Veelal gaat het dan om winkels die grote (volumineuze) producten aanbieden (auto's, caravans, meubels, doe-het-zelfartikelen). De omvang van het product – en daarmee de benodigde randvoorwaarden zoals een groot oppervlak, een goede autobereikbaarheid en goede laad-losmogelijkheden – maken dat gekozen wordt voor een perifere ligging.
- GDV: Grootschalige detailhandelsvestiging: winkels die een groot oppervlakte innemen (vaak meer dan 1.500 m²) en een omvangrijk assortiment aanbieden. Grootschalig duidt dan ook op de *omvang* van de winkel (dus niet zozeer de omvang van het product) en het grote assortiment dat wordt gevoerd. Deze winkels zijn bedoeld voor een doelgericht publiek (veel keuze) en in toenemende mate ook voor het recreatieve publiek (bijzonder, specialistisch). Voorbeelden zijn een grote speelgoedwinkel, een grote babyspecialzaak of een grote sportartikelenzaak.

Veel gemeenten gaan ertoe over deze vormen van detailhandel te laten vestigen op locaties aan de rand van de stad, zodat ruimte, ontsluiting en autobereikbaarheid gegarandeerd kunnen worden. Doordat de ondernemer vaak een groot oppervlak nodig heeft, is de grondprijs eveneens een belangrijke reden om voor dit soort locaties te kiezen.

Beleid

In de bijlage wordt uitgebreid ingegaan op het beleid ten aanzien van perifere winkellocaties. Van oudsher vreest men een aantasting van de verzorgingsfunctie van de bestaande winkelcentra door deze 'nieuwe' vormen van detailhandel. Schrikbeelden vanuit Frankrijk en Amerika worden meermalen gebruikt. Er is in Nederland daarom een grote voorkeur om nieuwe winkels in bestaande winkelconcentraties te vestigen.

Perifere locaties zijn in principe alleen toegestaan als ruimtelijke (groot benodigd oppervlak) en verkeersaspecten (aan- en afvoer van klanten en goederen) daar aanleiding toe geven. Daarnaast geeft de provincie als hard beleidsuitgangspunt weer, dat dit soort winkels of winkelconcentraties moeten passen bij de *verzorgingsfunctie* van de betreffende kern, dus geen meubelboulevard of grootschalige specialist in een kleine kern. Dit betekent dat gemeenten, bij het afwegen van nieuwe of hervestiging van bestaande detailhandel, met deze randvoorwaarden duidelijk rekening moeten houden.

De 'Grootte' Verwarring

Van oudsher worden de termen PDV en GDV gebruikt voor het aanduiden van detailhandel welke zich bevindt buiten de bestaande winkelgebieden. De 'P' van PDV staat voor *perifeer*, dat wil dus letterlijk zeggen 'omringend/buitenrand'. De term PDV is dus vanuit de locatie van detailhandel ontstaan, maar heeft in de loop der tijd en ingegeven door het overheidsbeleid, steeds meer een betekenis gekregen in de vorm van *branchering*. Het gaat om volumineuze artikelen (hieronder verstaan wij dus de traditionele PDV branches: zie ook alfabetische begrippenlijst deel II). Vandaar ook dat wij in onze visie liever uitgaan van dit uitgangspunt. We zullen dan ook spreken van volumineuze detailhandel.

De 'G' van GDV staat voor *grootschalig*, wat slaat op de omvang van de winkel en niet op de omvang van de goederen. De ondergrens wordt door de provincie Overijssel getrokken bij 1.500 m². Als wij in het vervolg spreken van grootschalige detailhandel, dan hebben wij het juist niet over volumineuze detailhandel, maar over winkels in andere branches die een groot oppervlak hebben (>1.500 m²). Denk hierbij aan een grote sportzaak, een grote kledingwinkel, etc. GDV's kunnen al dan niet thematisch ingevuld worden. Echte locaties waar meerdere grootschalige detailhandelsvestigingen bijeen zijn gebracht bestaan, door het gevoerde beleid, in Nederland amper. Een voorbeeld is Alexandrium in Rotterdam.

Zoals gezegd zijn er binnen de gemeente Hardenberg ook PDV/GDV vraagstukken. In het kader van de detailhandelsstructuurvisie geven we een beschrijving van de PDV/GDV-discussie en bepalen we de mogelijkheden binnen de gemeente Hardenberg en de verschillende kernen.

De gemeente Hardenberg

De meeste kernen binnen de gemeente Hardenberg herbergen wel een aantal winkels die door hun omvang en/of verzorgingsgebied niet meer passen op de huidige locatie. We denken daarbij onder meer aan bouwmarkten en meubelzaken. Het idee is ontstaan een deel van deze volumineuze detailhandel te concentreren. Daarnaast mist de gemeente Hardenberg verschillende volumineuze formules die men wel zou verwachten in een gemeente met bijna 60.000 inwoners. Deze twee zaken zijn in het verleden aanleiding geweest om op zoek te gaan naar locaties binnen de gemeente Hardenberg waar de volumineuze detailhandel zich kan vestigen.

Daarnaast heeft de gemeente Hardenberg van de provincie de mogelijkheid gekregen om grootschalige detailhandel te vestigen in Hardenberg-kern. Deze kern is aangewezen als streekcentrum en heeft zodoende meer vrijheden dan andere centra. Voor dergelijke ontwikkelingen is regionale afstemming noodzakelijk. Vanuit het provinciale beleid geldt deze voorwaarde overigens ook voor de volumineuze goederen!

In deze visie willen we ons niet zozeer richten op de mogelijke en wenselijke omvang van deze terreinen, maar meer op de verzorgingsfunctie die met deze terreinen wordt nagestreefd, c.q. moet worden nagestreefd. Wij kiezen ervoor om, in het verlengde van de vorige paragrafen, de verzorgingsfunctie van de kern als uitgangspunt te nemen voor de keuzes die gemaakt dienen te worden.

De visie voor de gemeente Hardenberg

Als we kijken naar de verzorgingsfunctie van de diverse kernen van de gemeente Hardenberg dan zijn er slechts twee kernen waar dergelijke ontwikkelingen wenselijk zijn: Hardenberg en Dedemsvaart. In deze twee grootste kernen speelt reeds een discussie over twee locaties (zie kader1).

Kader 1: Korte beschrijving van de locaties in Dedemsvaart en Hardenberg (incl. uitgangspunten):

1. **Haardijk**, een perifere locatie aan de rand van Hardenberg. Hiervoor is reeds een bestemmingsplan vastgesteld. Deze locatie maakt onderdeel uit van een industrieterrein en richt zich op twee vormen van detailhandel, die vooral om *ruimtelijke* redenen hier gevestigd moeten worden:
 - detailhandel in goederen die in woongebieden onwenselijk zijn, zoals volumineuze, brandgevaarlijke en explosieve goederen
 - detailhandel in woninginrichting en doe-het-zelf, onder restrictie dat het geen afbreuk mag doen aan het centrum van Hardenberg en dat ze tenminste 1.500 m² zijn. In geval het kleiner is dient het in het centrum gevestigd te worden.
2. Het **Mercatorterrein** in Dedemsvaart, een locatie direct grenzend aan het kernwinkelapparaat van Dedemsvaart. Deze locatie richt zich, naast reguliere bedrijvigheid en zakelijke dienstverlening, op:
 - detailhandel in volumineuze goederen
 - detailhandel in meubels en aanverwante artikelen met een minimumoppervlakte van 1.000 m².

Beide locaties richten zich dus op volumineuze detailhandel en passen zodoende binnen het oude PDV beleid.

Marktanalyse

Om een beeld te krijgen van de mogelijkheden in de volumineuze branches is in de bijlage een analyse van het huidige aanbod en de (toekomstige) marktontwikkelingen opgenomen. Hier is een analyse uitgevoerd van de branches: wonen, doe-het-zelf en tuinbenodigdheden. Door middel van een globale berekening zijn we tot de onderstaande conclusies gekomen.

Gelet op de grote spreiding van de bevolking binnen de gemeentegrenzen en de verzorgingsfunctie van Hardenberg-kern en Dedemsvaart, is er in potentie draagvlak voor twee locaties voor volumineuze detailhandel binnen de gemeente Hardenberg. Maar, tegelijk hebben we een overaanbod geconstateerd in (met name) de meubelbranche. Gezien het feit dat de inwoners van de gemeente steeds vaker elders meubelen inkopen is onze conclusie dat er een mismatch bestaat tussen (de dynamische) vraag en (het relatief statische) aanbod. Het creëren van nieuwe locaties voor deze vormen van detailhandel is derhalve wel wenselijk, maar moet aan strikte voorwaarden voldoen.

1. De nieuwe locaties moeten bij voorkeur ingevuld worden met bestaande ondernemers: ondernemers binnen de gemeente moeten dus bereid zijn te verplaatsen naar één van de locaties. Zonder deze beweging is de ontwikkeling van deze locaties eveneens mogelijk (nieuwe detaillisten), maar dat zal voor een deel van de zittende ondernemers binnen de gemeente verstrekkende gevolgen hebben.
2. De door verplaatsing leegkomende panden moeten bij voorkeur niet opnieuw ingevuld worden met deze branches, om te voorkomen dat hierdoor een overaanbod gecreëerd wordt.
3. Er dient een kwaliteitsslag gemaakt te worden waardoor er meer klanten aan de locaties worden gebonden. Hierbij moet ook een verbreding van het aanbod op de agenda staan.
4. Er lijkt ruimte te zijn voor een groot tuincentrum c.q. groenboulevard.
5. De mogelijkheden in de ABC-branches (Auto's, Boten en Caravans) dienen onderzocht te worden. Binnen de gemeente is het waarschijnlijk dat een deel van deze ondernemers op ongewenste locaties gevestigd zijn en een concentratie gewenst is.
6. Nieuwe ontwikkelingen buiten de twee hoofdkernen op het gebied van volumineuze goederen moeten (met een bepaalde bovengrens) worden tegengegaan.

Wij zijn van mening dat het huidige overaanbod in de meubelbranche sowieso een uitdunning van het aanbod tot gevolg moet hebben. Dit betekent een afname van het

aantal winkels en schaalvergroting. De vraag is namelijk hoe lang ondernemers het uithouden met een beperkte omzet. Door een gericht beleid voor volumineuze detailhandel te voeren, met behulp van de twee nieuwe locaties, kan de gemeente er zorg voor dragen dat voor de toekomst een kwalitatief aanbod wordt gewaarborgd, de binding niet verder afneemt en toevloeiing wordt gegenereerd.

De visie voor de kernen Dedemsvaart en Hardenberg

Zowel Dedemsvaart als Hardenberg heeft een bovenlokale verzorgingsfunctie met een breed draagvlak voor volumineuze detailhandel. Een ruimtelijke concentratie van deze branches op de twee hierboven beschreven locaties is naar onze mening gewenst⁵. Volumineuze winkels kunnen op deze wijze immers profiteren van een gezamenlijke trekkracht en van schaalvoordelen zoals goede ontsluiting, geschikte parkeergelegenheid, etc. Daarnaast kunnen ruimtelijke en verkeerstechnische problemen, die deze winkels veroorzaken op hun huidige locaties, worden opgelost door verplaatsing.

Concentreren?

De concentratiegedachte moet niet te ver doorslaan: er moet gekeken worden naar de verzorgingsfunctie van deze winkels: welk publiek denkt de winkelier te bedienen? Bouwmarkten bijvoorbeeld komen we op verschillende schaalniveaus tegen: van de grootschalige Praxis en Gamma (1500-5000 m²) die zich op een relatief groot verzorgingsgebied richten tot de kleine Plus-klus en Hubo (ongeveer 500 m²) die zich als een soort buurtwinkel opstelt. Dit betekent dat niet alle detaillisten in bijvoorbeeld doe-het-zelfartikelen als vanzelfsprekend naar zo'n concentratie moeten verhuizen, tenzij er sprake is van overlast door bijvoorbeeld de verkeersbewegingen of het laden en lossen. Verzorgingsfunctie en locatie-aspecten vormen daarmee de aanleiding om al dan niet tot concentratie over te gaan.

Vraagpunt is natuurlijk welk soort winkel op welke locatie een plaats moeten krijgen. Dus hoe functioneren de twee locaties ten opzichte van elkaar? Wederom is de verzorgingsfunctie van de kern hierbij ons uitgangspunt:

- Verhuizing van bedrijven binnen Dedemsvaart naar een terrein als Mercator is mogelijk, mits er een duidelijke binding met de kern (of verzorgingsgebied) aanwezig is. Heeft de winkel een duidelijke streekverzorgende functie dan is vestiging op Haardijk wenselijk. Dit moet worden aangetoond door klantenherkomstcijfers en een ondernemingsplan.
- Nieuwvestiging van bedrijven mogelijk maken op basis van de verzorgingsfunctie

⁵ Het succes van een dergelijke ontwikkeling is mede afhankelijk van de bereidheid en noodzakelijkheid van de ondernemers om te verplaatsen.

van het bedrijf: bovenlokale winkels op zowel een locatie als Mercator als Haardijk. Streekverzorgende winkels alleen op Haardijk.

- De volumineuze detailhandel (traditionele PDV-branches) kunnen zich op beide locaties vestigen.
- Grootschalige detailhandel (dus in andere branches dan volumineus) is onwenselijk op Haardijk, omdat deze locatie niet aansluit op het kernwinkelcentrum. Grootschalige detailhandelsontwikkelingen zorgen in Hardenberg voor extra trekkracht, waar het centrum van moet kunnen profiteren. Anders betekent het extra concurrentie voor de middenstand in het centrale winkelgebied.
- Grootschalige detailhandel (dus in andere branches dan volumineus) is onwenselijk op een terrein als Mercator, omdat het niet past bij de in de visie aangegeven verzorgingsfunctie van Dedemsvaart. Ondanks dat de locatie zelf nauw aansluit bij het centrum. Ook de provincie sluit de mogelijkheid van grootschalige detailhandel in Dedemsvaart uit.
- Binnen het huidige provinciale beleid is het vestigen van volumineuze detailhandel van meer dan 1.500 m² alleen mogelijk indien een regionale afweging is gemaakt. Naar onze mening passen dergelijke winkels op het terrein Haardijk. Regionale afstemming blijft evenwel gewenst.

Kleinste en Kleine kernen: geen grootschalige of volumineuze detailhandel

Vanuit het principe dat de kleinste en kleine kernen een lokaalverzorgende functie hebben, is er geen ruimte voor grootschalige detailhandel of volumineuze detailhandel in deze kernen. Immers, het draagvlak dat nodig is voor deze detailhandelsvormen is in de eigen kern onvoldoende om een vestiging van deze detailhandel te legitimeren. Dit betekent dat aan nieuwvestiging van deze vormen van detailhandel geen medewerking moet worden verleend. De reeds bestaande winkels in deze branche zijn wat betreft verzorgingsfunctie ver boven de kern uitgegroeid en zou je kunnen zien als "los van de kern functionerend". De relatie tussen zo'n winkel en de andere detailhandel (bijv. de supermarkt) is vaak gering, hoewel dit vaak niet zo gezien wordt. Het is dan ook de vraag of uitbreiding van deze winkels mogelijk moet zijn; qua aard en schaal passen ze immers niet langer bij de kern en zou een verhuizing van zo'n winkel de voorkeur moeten hebben.

De visie voor de kleinste en kleine kernen

Grootschalige en volumineuze detailhandel wordt niet gevestigd in de kleine kernen. Uitbreiding van reeds bestaande winkels in deze branche wordt in de kleine kernen slechts zeer beperkt toegestaan. Verhuizing wordt gestimuleerd, indien de winkel qua omvang, bereikbaarheid, overlast, etc. niet meer binnen de kleine kern past.

De PDV/GDV visie in een notendop			
Type kern	huidige winkels	Toekomst	Randvoorwaarden
<i>Kleinste kernen</i>	Verspreide volumineuze winkels incidenteel aanwezig	Geen nieuwsvestiging volumineuze en grootschalige branches Verhuizing wordt gestimuleerd indien winkel niet meer past	- -
<i>Kleine kernen</i>	Verspreide volumineuze winkels incidenteel aanwezig	Geen nieuwsvestiging volumineuze en grootschalige branches Verhuizing wordt gestimuleerd indien winkel niet meer past	- -
<i>Grote kern</i>	Volumineuze winkels aanwezig	Ruimtelijke concentratie gewenst voor volumineuze goederen Grootschalige detailhandel ongewenst	Concentreren d.m.v. verhuizing Kwalitatieve impuls Passend bij bovenlokale verzorgingsfunctie Passende invulling leegkomende panden gewenst
<i>Streekverzorgende kern</i>	Volumineuze winkels aanwezig	Ruimtelijke concentratie gewenst voor volumineuze goederen Grootschalige detailhandel gewenst nabij kernwinkelapparaat	Concentreren d.m.v. verhuizing Kwalitatieve impuls Passend bij bovenlokale verzorgingsfunctie Passende invulling leegkomende panden gewenst